

Мы  
следим  
за Байкалом!

# КОНТЕКСТ

---

Распишите, что  
в продвижении  
вашего проекта  
идет хорошо  
сейчас, а что  
вызывает  
беспокойство

## Что хорошо?

- ◆ Очень много сделано, история – 18 лет
- ◆ Есть сайт - <https://baikalproject.com>
- ◆ Есть сообщество участников прошлых лет, с которыми поддерживаются дружеские отношения
- ◆ Одна из лучших в мире образовательных программ
- ◆ Меняем взгляд на жизнь за 2 недели
- ◆ Открыли Код Байкала и за 2 недели гарантируем чудеса и подарки судьбы

## Что беспокоит?

- ◆ О проекте почти никто не знает
- ◆ Региональная молодежная политика считает, что проект перерос все их форумы и блочит любые попытки попасть на региональные форумы, где можно выиграть микрогранты
- ◆ Проект проходит в глубинке, поэтому не может участвовать в мероприятиях областного центра, где обитает ЦА
- ◆ Нет специалиста по работе с соцсетями проекта
- ◆ Много контента, но нет технической возможности оперативно выкладывать сториз, делать прямые включения (необходим смартфон с такой возможностью).

# ОБЩЕЕ ВИДЕНИЕ

НЕ БЕРЕМ ВОЛОНТЕРОВ, ИНАЧЕ НЕВОЗМОЖНО КРАТКО ОПИСАТЬ

Заполните текущее и будущее состояние проекта глазами вашего благополучателя

## Сегодня

<p><b>Что думают про вас</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не, не слышал</li> <li>• Прикольный проект</li> <li>• Вот это мосты! Как они это делают?</li> <li>• Не знаю, чем помочь</li> <li>• Как бы попасть на проект?</li> <li>• Они, наверное, работают за гранты</li> </ul>	<p><b>Как взаимодействуют в вами</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Никак не взаимодействуют</li> <li>• Заходят на сайт, читают истории</li> </ul>
<p><b>Что чувствуют при взаимодействии с вами</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Никогда не думал, что у нас такая молодежь!</li> <li>• Интерес к проекту</li> <li>• Слишком сложно (для местных о возможном участии)</li> <li>• Очень круто! Как бы отблагодарить?</li> </ul>	<p><b>Что говорят про вас</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• А что вы хотите у нас сделать?</li> <li>• Кайф! А кто же построил такие мосты?</li> <li>• Раньше здесь было опасно, а теперь я хожу с внучкой</li> </ul>

## 2022 год

<p><b>Что будут думать про вас</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Они без денег сделали в Байкальске то, что не удалось за 20 лет и 150 миллионов</li> <li>• Это самая крутая волонтерская организация!</li> <li>• Я бы хотел (а) выкупить свой участок тропы по этой фандрайзинговой кампании</li> </ul>	<p><b>Как будут взаимодействовать с вами</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Будут рекомендовать своим родным и близким принять участие в проекте</li> <li>• Поедут компанией на тимбилдинг на проект</li> <li>• Приглашают выступить экспертами на форумах по экологии, добровольчеству, мотивации, личностному росту, городской среде, туризму, рекреации</li> </ul>
<p><b>Что будут чувствовать при взаимодействии с вами</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Вдохновение и желание поделиться своей историей</li> <li>• Веру в свои силы и в дружбу</li> <li>• Радость от того, что, в отличие от конкурентов, поддерживаем самый крутой проект</li> </ul>	<p><b>Что будут говорить про вас</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Наша компания поддержала создание этих участков тропы. Вот мы на карте!</li> <li>• Это крутой проект, вы тоже должны поучаствовать</li> <li>• Посмотрите реалити-шоу, я на него подсел (а)</li> <li>• Я нашел жену на этом проекте</li> </ul>

## ТИПЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ:

---

В соответствии с ролями, ЦА проекта «Мы влюбляем в Байкал!» представлена в нескольких типах и для каждого действуют свои критерии.

1. ВОЛОНТЕРЫ ПРОЕКТА
2. ИНВЕСТОРЫ
3. АУДИТОРИЯ РАСШИРЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОЕКТА

Мы влюбляем в Байкал!

## ПРОФАЙЛ ЦА: ВОЛОНТЕРЫ ПРОЕКТА

---

### ОПИСАНИЕ ВАШЕЙ ЦА:

1. Сергей, 24 года, юрист. Последние несколько лет участвовал в различных молодежных форумах, регулярный участник городских субботников. Начинает задумываться о том, что мир не меняется от круглых столов, а форумам чего-то не хватает. Ценит эффективность в организации личного времени, думает, что может все просчитать и оптимизировать. Знает о волонтерстве, но не верит, что все решает позитивный настрой. Привык доверять своим мыслям и не любит ошибаться.

### ЧТО МОЖЕТ ПРИВЛЕЧЬ ЦА В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ:

История знакомого, чья жизнь или взгляды на жизнь изменились благодаря проекту; программа личного роста на проекте; глубокие искренние отзывы, в которых описаны и трудности и история их преодоления; возможность стать инструментом для небанального решения проблемы с видимым результатом. Возможность побывать на Байкале с погружением в природу байкальских гор.

ГДЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА С ВАШЕЙ ЦА (пример – группы в соцсетях, конференции и т.д.):

Гудсерфинг (сайт). Дружеские отношения с участниками или организаторами проекта, группы подобных проектов в соцсетях или их сайты (в общетематических группах и пабликах это невозможно). На форумах – практически невозможна эффективная встреча.



## ПРОФАЙЛ ЦА: ВОЛОНТЕРЫ ПРОЕКТА

---

### ОПИСАНИЕ ВАШЕЙ ЦА:

2. Маша, 25 лет, педагог-психолог. Любит путешествовать, не участвует в форумах и всероссийских проектах, интересна тема саморазвития. Любит животных природу, мало присутствует в соцсетях. Не спешит расширять свой круг общения и ценит того, с кем дружит. Восприимчива к искренним людям, смелая внутри, но опасается сделать шаг в нечто новое в своей жизни. Волонтер одной из крупных организаций, не зарегистрирована на сайте добровольцыроссии.рф

### ЧТО МОЖЕТ ПРИВЛЕЧЬ ЦА В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ:

Сердечное отношение к природе без ухода в слащавую мимимишность; возможность побывать на Байкале (осуществить мечту – это может пересилить страх незнакомой компании) в группе близких по духу людей. Возможность попробовать себя в новом деле и поработать над собой.

ГДЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА С ВАШЕЙ ЦА (пример – группы в соцсетях, конференции и т.д.):

Гудсерфинг (сайт). На сайте проекта через поисковой запрос



## ПРОФАЙЛ ЦА: ВОЛОНТЕРЫ ПРОЕКТА

---

### ОПИСАНИЕ ВАШЕЙ ЦА:

3. Рустам, 47 лет. Женат, двое детей. Построил дом, вырастил сына, но ему нужен пример добрых взрослых. Посадил не одно дерево, но спилил, пустил на дрова или строительство гораздо больше. Хочет внести свой посильный вклад в строительство и защиту общего дома – России. Считает, что его долг как мужчины и отца – дать возможность увидеть настоящее в человеке.

### ЧТО МОЖЕТ ПРИВЛЕЧЬ ЦА В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ:

Пример добрых взрослых на проекте, Код территории Байкала, активная среда для воспитания характера сына и желание проявить себя на проекте. Из-за особенностей проекта за 2 недели без диеты можно сбросить 5 кг.

ГДЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА С ВАШЕЙ ЦА (пример – группы в соцсетях, конференции и т.д.):

Семейные разговоры, личные общения друзей (решение принимается именно здесь, а через поисковой запрос выбирается проект)



## ПРОФАЙЛ ЦА: ИНВЕСТОРЫ

---

Мы  
влюбляем  
в Байкал!

### ОПИСАНИЕ ВАШЕЙ ЦА:

1. Сергей, 43 года. Директор инвестиционного проекта. Имеет опыт юношеских походов, много лет изучал опыт других стран в области рекреации. Хочет, чтобы его бизнес менял социальную ситуацию в регионе, но понимает, что жизнь сложнее, чем бизнес-презентации. Нацелен на результат. Есть семья, любит своих детей, но не достаточно часто с ними видится.

### ЧТО МОЖЕТ ПРИВЛЕЧЬ ЦА В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ:

Знакомая сфера экотроп, выгодная для пиара компании ниша оказания социальной поддержки территории через волонтерский проект. Проект формирует новый вид рынка через создание экотроп. Проект проводит тимбилдинги для сотрудников компании.

**ГДЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА С ВАШЕЙ ЦА (пример – группы в соцсетях, конференции и т.д.):**

Бизнес-конференции по экотуризму, туризму и социальному предпринимательству, развитию городского пространства, выставки соответствующей тематики.





## ПРОФАЙЛ ЦА: ИНВЕСТОРЫ

---

### ОПИСАНИЕ ВАШЕЙ ЦА:

2. Татьяна, 37 лет. Управляющая сетью гостиниц и ресторанов на Байкале. Не любит долгие разговоры о планах на будущее, ценит конкретику, постоянно в работе, быстро теряет терпение, когда не передают суть вопроса. Понимает, что только одного проживания для туристов недостаточно. Вкладывала деньги в событийный туризм, но особо в него не верит. Хотела бы, чтобы на территории ведения бизнеса появились новые туробъекты по типу экотроп, но чтобы этим занималась команда, которая компетентна и сделает как надо. Лично поменяла многих работников в компании, поэтому не доверяет просто так. Не хочет тратить деньги на волонтерский проект, но готова поддерживать продуктом ее бизнеса.

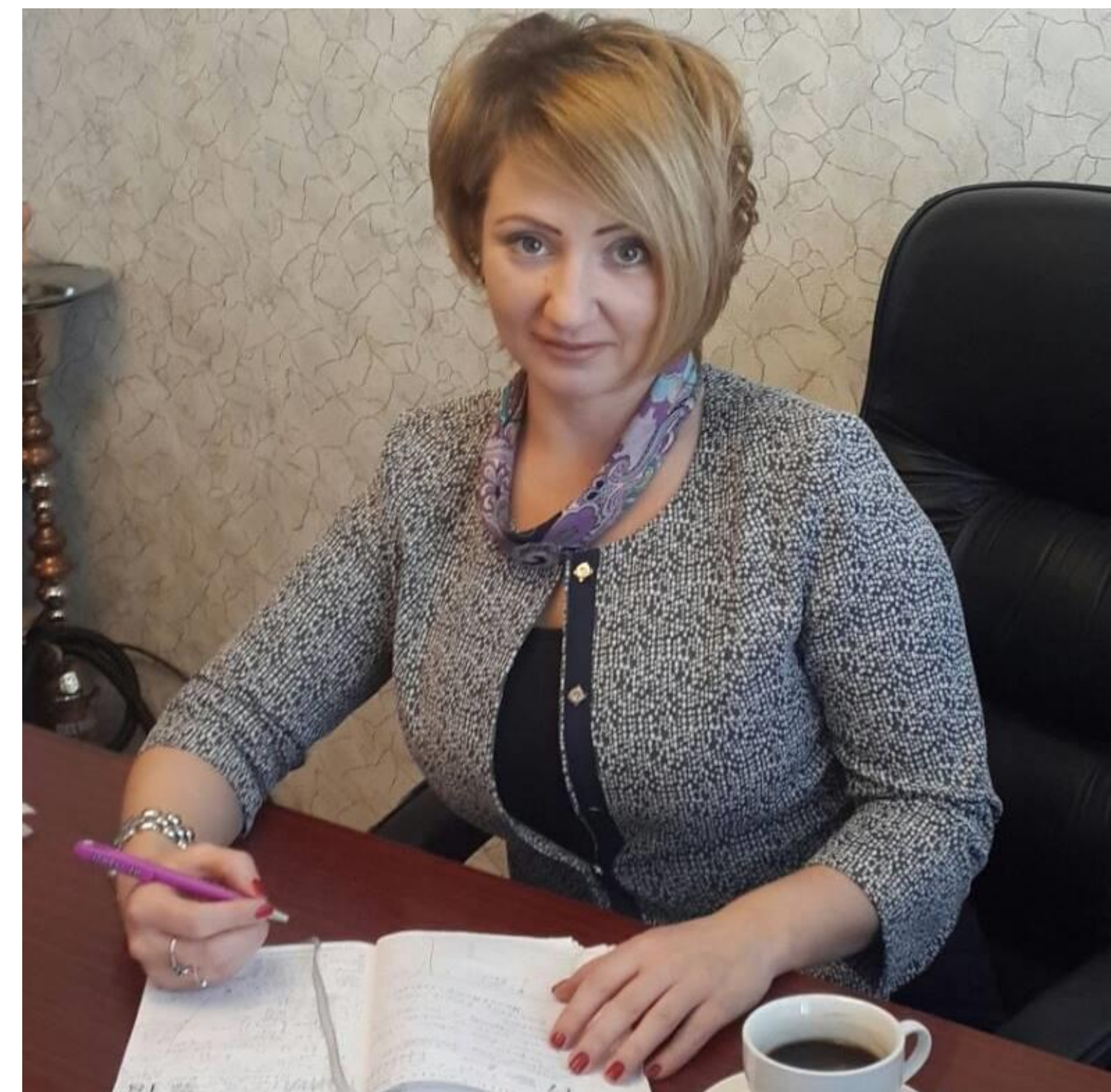
### ЧТО МОЖЕТ ПРИВЛЕЧЬ ЦА В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ:

Проект дает экотропы городу, а бизнес получает новый турпродукт. Волонтерам не нужно платить, а предложить помощь можно в натуральном виде (питание, инструменты), туруслуги компании.

**ГДЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА С ВАШЕЙ ЦА (пример – группы в соцсетях, конференции и т.д.):**

**Круглые столы на местном и региональном уровне, бизнес-группы в FB**

Мы  
влюбляем  
в Байкал!



## ПРОФАЙЛ ЦА: РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОЕКТА

---

Мы  
влюбляем  
в Байкал!

### ОПИСАНИЕ ВАШЕЙ ЦА:

2. Татьяна, 23 года. Руководитель исполнительного органа по молодежной политике. Координирует проведение региональных волонтерских и форумов. Общается с молодежными руководителями «новой волны».

### ЧТО МОЖЕТ ПРИВЛЕЧЬ ЦА В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ:

Проект отличается от других своим нестандартным подходом и имеет свою победную историю. Много достижений, которые будут полезны для волонтерского и молодежного сообщества. Интересен опыт организаторов в реализации ценностей добровольчества, работы с сообществом, погружением в проблематику. Интересный контент для региональных мероприятий; личный опыт организаторов будет полезен, если использовать в качестве спикеров, тьюторов и экспертов.

### ГДЕ ВОЗМОЖНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА С ВАШЕЙ ЦА (пример – группы в соцсетях, конференции и т.д.):

Региональные конференции и мероприятия по молодежи, добровольчеству. Всероссийские форумы и саммиты. Министерские группы в соцсетях.

